Jurnal
Al-Imam
AL-IMAM: Journal on Islamic Studies, Civilisation and Learning Societies,
Vol. 4 (2023), pp. 87-94

IDRIS

Faktor Kepopuleran Kajian Dr. H. Fahrudin Faiz, S.Ag., M.Ag. di Kalangan Generasi Z

Sarah Afifah[a,*], M. Khairul Arwani[a]

[a] *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*

Tanggal terbit: 20 Desember 2023

Abstract:
This research investigates the factors that contribute to the appeal of Dr. Fahrudin Faiz's religious studies among Generation Z. In an era where the delivery method and popularity significantly influence religious outreach (Dakwah), this study aims to understand the dynamics of engaging young audiences. A qualitative field research method, comprising observation, interviews, and documentation, is utilized to gather data. The study seeks to offer comprehensive insights into Generation Z's motivations and preferences concerning religious teachings. The findings are anticipated to assist educators, researchers, and stakeholders in developing improved communication strategies for imparting religious values in today's digital world. This research not only highlights the intersection of religion and modern communication channels but also addresses the specific needs and interests of younger generations in religious education.

Keywords: *Fahrudin Faiz, generation Z, popularity factor*

Abstraksi:
Penelitian ini menyelidiki faktor-faktor yang berkontribusi terhadap daya tarik kajian agama Dr. Fahrudin Faiz di kalangan Generasi Z. Di era dimana metode penyampaian dan popularitas berpengaruh signifikan terhadap penjangkauan agama (Dakwah), penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika keterlibatan khalayak muda. Metode penelitian lapangan kualitatif, yang terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, digunakan untuk mengumpulkan data. Studi ini berupaya menawarkan wawasan komprehensif mengenai motivasi dan preferensi Generasi Z mengenai ajaran agama. Temuan ini diharapkan dapat membantu para pendidik, peneliti, dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih baik untuk menanamkan nilai-nilai keagamaan di dunia digital saat ini. Penelitian ini tidak hanya menyoroti titik temu antara agama dan saluran komunikasi modern, namun juga menjawab kebutuhan dan minat khusus generasi muda terhadap pendidikan agama.

Kata kunci: *Fahrudin Faiz, generasi Z, faktor kepopuleran*

*Korespondensi: *sarahafifah770@gmail.com*
https://doi.org/ 10.58764/j.im.2023.4.50

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah lanskap budaya serta cara generasi muda berinteraksi dan mengonsumsi informasi. Generasi Z, yang merupakan kelompok demografis yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, tumbuh dalam era di mana teknologi digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari (Ramadani, 2020). Dalam konteks ini, para pengajar dan peneliti agama memiliki tantangan dan peluang baru dalam menyebarkan pemahaman keagamaan mereka (Nabila, Fadhilatunnisa, Alamsyah, & Suryandari, 2023). Salah satu tokoh yang menonjol dalam kajian keilmuan di kalangan Generasi Z adalah Dr. Fahrudin Faiz. Beliau telah menjadi sorotan dan memperoleh popularitas yang signifikan di kalangan generasi ini. Kepopuleran kajian yang dilakukan oleh Dr. Fahrudin Faiz tidak hanya tercermin dalam jumlah pengikutnya di media sosial, tetapi juga dalam partisipasi aktif generasi muda dalam diskusi-diskusi keilmuan yang dipimpinnya (Azmi, Asbari, & Santoso, 2023).

Dalam konteks keagamaan Islam di Indonesia, kajian yang disampaikan oleh Dr. Fahrudin Faiz menawarkan pendekatan yang cerdas dan relevan dengan realitas kehidupan masa kini. Melalui pemahaman yang mendalam terhadap ilmu filsafat, serta penerapan konsep-konsep keislaman dalam konteks kontemporer, Dr. Fahrudin Faiz mampu menghubungkan nilai-nilai agama dengan tantangan-tantangan modern yang dihadapi oleh Generasi Z (Afifi & Abbas, 2023; Rahmawati, Astuti, Harun, & Rofiq, 2023). Namun, kepopuleran kajian Dr. Fahrudin Faiz di kalangan Generasi Z tidak semata-mata bersifat sporadis atau sekadar tren semata. Terdapat faktor-faktor yang mendasari daya tarik dan relevansi kajian tersebut bagi generasi muda. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang menjadikan kajian Dr. Fahrudin Faiz begitu populer di kalangan Generasi Z. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi popularitas kajian agama di kalangan generasi muda, dapat diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi para pengajar, peneliti, serta pemangku kepentingan dalam memahami dinamika dan preferensi generasi muda dalam hal kajian keagamaan (Abbas & Afifi, 2021; Sitompul, Suryadi, Putri, & Gusmaneli, 2023). Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi dan pendekatan yang lebih efektif dalam menyampaikan nilai-nilai agama kepada Generasi Z.

Sebelum penelitian ini, sudah ada beberapa penelitian terkait dakwah Dr. Fahrudin Faiz, yang pertama adalah penelitian sebuah jurnal yang ditulis oleh tiga orang yakninya Sugeng Purwanto, Teguh Kasprabowo, dan Liliek Spepriatmadji dengan judul “Serat Siti Jenar: Retorika Dr. Fahrudin Faiz dalam Filsafat”. Penelitian ini mengkaji strategi retorika Dr. Fahrudin Faiz dalam acara ngaji Filsafat bertema Serat Siti Jenar dengan metode simak catat melalui channel Youtube Media Koentji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bapak Faiz sangat professional dan berhasil menyampaikan pengajian filsafat dalam suasana perkuliahan. Beliau sangat piawai dalam merancang dan penggunaan struktur generic sehingga langkah-langkah komunikatif sangat terdefinisi dan terukur. Dengan demikian, pilihan strategi retorika yang meliputo kiasan, perumpamaan, ironi, alusio, dan lain-lain (Purwanto, Kasprabowo, & Soepriatmadji, 2021).

Selanjutnya penelitian dilakukan oleh tiga penulis yakninya Ahmad Fikrie Azmi, Masduki Asbari, dan Gunawan Santoso pada sebuah jurnal dengan Judul ‘Kenali diri Agar Bahagia: Kajian Filosofis Fahruddin Faiz’ yang mana fokus penelitiannya berada pada tema kajian yakni kebahagiaan merupakan salah satu hal terpenting dalam kehidupan. Barang siapa yang mengenal dirinya, maka yang bersangkutan akan lebih mudah mengarungi kehidupan personal dan sosialnya. Metode penelitiannya adalah kualitatif dengan cara menyimak kajian via youtube (Azmi et al., 2023).

2. Metode Penelitian

Jenis penulisan pada penelitian ini adalah studi lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, data primer diperoleh dengan melakukan observasi dan wawancara di lapangan. Penulis mengambil sampel Kajian Dr. Fahrudin Faiz di sebuah cafe Basa Basi cabang UAD pada Hari Kamis 9 November 2023. Tulisan ini juga mengunakan pendekatan empiris, yakninya penulis terjun langsung untuk meyaksikan dan menganalisis sendiri mengenai kajian yang di sampaikan oleh Dr. Fahrudin Faiz. Selanjutnya data sekunder didapat dari kajian terdahulu berupa jurnal serta buku dan literasi yang membahas terkait dakwah (Abbas, 2010).

3. Diskusi dan Pembahasan

3.1. Konsep dasar strategi dakwah

Strategi pada awalnya merupakan istilah yang diambil dari lingkungan militer, mengacu pada cara penggunaan dana, daya, dan peralatan yang ada untuk mencapai kemenangan dalam pertempuran. Namun, dalam perkembangan abad modern, istilah ini tidak hanya terbatas pada militer, tetapi juga digunakan oleh berbagai organisasi non-militer, termasuk organisasi Masyarakat (Oktavia, Afifi, Eliza, & Abbas, 2023; Renreh & Asmahasanah, 2020). Ini karena dakwah merupakan upaya untuk mengarahkan manusia menuju tujuan tertentu, khususnya menuju jalan yang diinginkan Allah SWT.

Strategi menurut beberapa ahli (Darmadi, 2022):

a) Karl Von Clausewitz mendefinisikan strategi sebagai seni bagi tentara dalam pertempuran.

b) Drucer menyatakan bahwa strategi adalah melakukan hal yang benar (doing the right things).

Dari kedua definisi tersebut, strategi terlihat tidak hanya terbatas pada teori, tetapi juga mencakup implementasi dan aplikasi. Dalam konteks ini, strategi mencakup kerangka atau rencana yang menggabungkan tujuan, kebijakan, dan tindakan organisasi. Strategi merupakan cara bagi organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan di masa depan, yang melibatkan pola tindakan dan alokasi sumber daya yang direncanakan untuk mencapai tujuan organisasi .

Memahami konsep "strategi" seringkali menjadi tugas yang rumit, karena literatur-literatur yang ada seringkali memberikan definisi yang bervariasi, bahkan sampai saat ini belum ada definisi yang pasti mengenai istilah tersebut. Fakta ini menunjukkan bahwa konsep "strategi" memiliki cakupan yang sangat luas dan bersifat tidak terbatas, seperti halnya pada istilah "strategi dakwah". Penting untuk dipahami bersama bahwa istilah "strategi dakwah" merupakan gabungan dari dua bidang ilmu yang berbeda. Namun, dalam konteks konseptual dan skematis, penelitian ini akan menguraikan pengertian masing-masing secara terpisah, dan setelah kejelasan masing-masing ditemukan, akan ditarik suatu kesimpulan dan didefinisikan secara menyeluruh. Pada dasarnya, istilah "strategi" berasal dari kata Yunani "strategos" yang berarti Jenderal, dan pertama kali dikenal luas oleh kalangan militer. Dalam kamus induk, strategi dijelaskan sebagai kiat atau cara-cara yang efektif dan menguntungkan dalam setiap tindakan. Penggunaan istilah "strategi" dalam konteks militer sering kali terfokus pada situasi peperangan, di mana komandan bertanggung jawab mengatur taktik untuk memenangkan pertempuran (Faujiah, Syaifudin, & Andriani, 2023).

Dalam pengertian tersebut, strategi juga dapat diinterpretasikan sebagai seni komandan dalam menerapkan taktiknya di medan pertempuran. Dari segi etimologi, strategi dalam konteks organisasi dapat dijelaskan sebagai serangkaian kiat, cara, dan taktik yang dirancang secara sistematis dan terarah untuk melaksanakan fungsi-fungsi organisasi. Strategi juga bisa dipahami sebagai semua langkah dan upaya yang diambil untuk mencapai tujuan tertentu dalam situasi tertentu dengan hasil yang optimal (Malik, 2022). Terdapat juga indikasi tentang strategi dalam ayat-ayat Al-Qur'an, seperti yang terdapat dalam Surat An-Nisa' ayat 71, yang menyuruh orang-orang yang beriman untuk bersiap-siap dan maju berkelompok atau bersama-sama.

Wahbah Az-Zuhaili dalam Tafsir Munir memberikan penafsiran atas lafadz *"khudzuu khidzrokum"* sebagai *"ikhtarizuu wa tayaqqodzu",* yang bermakna berhati-hati dan siap untuk melawan musuh. Sedangkan untuk lafadz *"fan firuu"* diartikan sebagai *"inhadzuu ila qitalihi"*, yang menggambarkan aksi bangkit untuk memerangi musuh. Dalam konteks strategi sesuai ayat tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai sikap berhati-hati, kewaspadaan terhadap musuh, dan kesiapan untuk melawan. Dalam sebuah organisasi, sebelum menetapkan kebijakan-kebijakan, penting untuk bersikap hati-hati dan waspada. Hal ini bertujuan untuk mengontrol dan mengarahkan kinerja organisasi sesuai dengan tujuan kebijakan yang telah ditetapkan.

Menurut M. Quraisy Shihab dalam tafsir Al-Misbah, ayat tersebut mengandung pesan tentang kehati-hatian, pemahaman terhadap musuh dengan menilai kekuatan dan kelemahan mereka, serta menemukan cara yang efektif untuk menangkis dan mengalahkan mereka. Ayat Al-Qur'an juga menegaskan perlunya kemampuan untuk mengelola pertempuran dengan baik demi meraih kemenangan (Shihab, 2010). Konsep strategi, kini tidak hanya relevan bagi kalangan militer, tetapi juga bagi berbagai organisasi non-militer. Strategi dalam konteks ini berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi organisasi. Dalam hal ini, strategi organisasi haruslah mengoptimalkan kemampuan organisasi dengan mempertimbangkan peluang dan risiko yang muncul, sehingga penggunaan sumber daya organisasi menghasilkan efektivitas dan efisiensi dalam jangka waktu tertentu. Strategi adalah proses penciptaan ciri-ciri yang sesuai

https://doi.org/ 10.58764/j.im.2023.4.50

dengan perubahan lingkungan dengan memanfaatkan dana, daya, dan tenaga organisasi secara bijak.

Strategi Dakwah tercermin dalam ayat Al-Qur'an Surat An-Nahl ayat 125 yang menyatakan:

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dia-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya, dan Dia-lah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk".

Dari ayat ini, terlihat metodologi atau pendekatan yang harus diikuti dalam menjalankan dakwah, yang perlu disesuaikan dengan perkembangan zaman dan tempat. Dengan kata lain, konsep dakwah, sebagaimana dijelaskan dalam ayat tersebut, menunjukkan bahwa kewajiban dakwah harus mempertimbangkan berbagai strategi dan pendekatan yang sesuai dengan kondisi mad'u (objek dakwah) tanpa mengabaikan konteks zaman dan tempat (Hermansyah, 2022).

Dakwah, dari segi etimologi, memiliki akar kata dalam bahasa Arab yang berarti seruan, panggilan, dan ajakan (Efendi, Suseno, & Harahap, 2023). Definisi dakwah menurut Syekh Ali Mahfud dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin adalah mengajak manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk (Al-Huda), menyuruh mereka melakukan perbuatan baik, dan melarang mereka dari perbuatan buruk, dengan tujuan agar mereka meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat (Afif, 2020). Dan beberapa definisi dari para ahli sebagai berikut:

a) Menurut pemikiran Sheikhul Islam Ibnu Taimiyah, dakwah adalah usaha untuk mengajak individu agar beriman kepada Allah dan membenarkan ajaran yang disampaikan oleh para Rasul, serta mengikuti perintah-perintah yang mereka sampaikan.
b) Abu Bakar Aceh menyatakan bahwa dakwah merupakan perintah untuk mengajak semua manusia kembali kepada kehidupan yang sesuai dengan ajaran Allah yang benar, dilakukan dengan bijaksana dan penuh nasehat yang baik.
c) Menurut H. M. Thoha Yahya Omar, dakwah adalah upaya mengajak manusia secara bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, dengan tujuan untuk mencapai kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
d) Abdul Karim Zaidan mendefinisikan dakwah sebagai panggilan kepada jalan Allah (Faisal & Rifai, 2020).

Dari beragam definisi yang telah disebutkan, dapat dipahami bahwa esensi dari dakwah pada intinya adalah ajakan atau panggilan kepada masyarakat secara luas untuk menerima kebaikan dan meninggalkan keburukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Selain itu, dakwah juga mencakup upaya untuk menciptakan perbaikan dalam segala aspek kehidupan sesuai dengan ajaran Islam (Fitri, Afifi, & Abbas, 2022; Yufriadi, Syahriani, & Afifi, 2023). Dari uraian tersebut, strategi dakwah dapat dimaknai sebagai proses yang melibatkan perencanaan, pengarahan, dan penentuan langkah-langkah serta usaha untuk menghadapi sasaran dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu, dengan tujuan mencapai hasil yang optimal. Dengan kata lain, strategi dakwah merupakan pola tindakan yang disusun secara sistematis dan terarah untuk mencapai tujuan dakwah (Kurniawan & Afifi, 2023). Hal ini menegaskan bahwa keberadaan strategi dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam struktur organisasi dakwah.

3.2. Biografi Dr. Fahruddin Faiz, M.Ag.

Dr. Fahruddin Faiz, lahir di Mojokerto pada tanggal 16 Agustus 1975, beliau adalah seseorang yang memiliki minat membaca sedari kecil hingga saat ini. Buku yang dibacanya tidak hanya monoton saja, berbagai jenis buku pun menarik rasa ke-ingintahuan beliau, termasuk komik, novel, dan filsafat. Dalam masa Pendidikan, ia belajar di beberapa pesantren di sekitar Mojokerto, Surabaya, dan Madrasah Tsanawiyah di Kota Mojokerto. Untuk tingkat sekolah menengah atas, Fahruddin Faiz mendapatkan beasiswa di Madrasah Aliyah Program Khusus di Jember, yang pebelajarannya fokus pada pendidikan agama. Di sekolah ini, ia belajar materi yang kaya akan agama, beliau juga di ajar untuk menggunakan bahasa Arab dan bahasa Inggris sebagai bahasa sehari-hari sesuai dengan aturan ketat madrasah (Umyati, 2023).

Setelah itu beliau melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi yakninya Perguruan Tinggi Strata 1 (S1) di UIN Sunan Kalijaga, dengan jurusan Akidah Filsafat pada tahun 1996. Setelah menamatkan jenjang S1, ia menjadi satu-satunya dosen yang memiliki gelar S1 yang diterima di UIN Sunan Kalijaga, yang saat itu masih bernama IAIN. Pada tingkat S2, ia mengambil jurusan Agama dan Filsafat pada tahun 2001, dan pada tahun 2014, ia meraih gelar Doktor di UIN Sunan Kalijaga dengan

jurusan Studi Islam. Selain itu, ia juga mengikuti program Short-Course on Research-Management di NTU Singapura pada tahun 2006, dan Short-Course on Islamic-Philosophy di ICIS (International Center for Islamic Studies) di Qom, Iran pada tahun 2007. Ia aktif dalam berdakwah melalui Ngaji Filsafat di Masjid Jenderal Sudirman. Selain itu, karyanya yang beragam, termasuk buku-buku dan video kajian filsafat, diunggahnya ke kanal YouTube.

Motivasi awal Fahruddin Faiz untuk mempelajari filsafat timbul secara tidak sengaja. Saat mendaftar kuliah, ia memilih jurusan filsafat karena jurusan tersebut memiliki sedikit minat dari para calon mahasiswa, dan pada saat itu, ia sendiri tidak memiliki semangat untuk kuliah. Dia beranggapan bahwa jurusan dengan sedikit minat akan membuat proses perkuliahan menjadi lebih ringan dibanding jurusan lainnya. Fahruddin Faiz mengakui bahwa pada awalnya, saat lulus S1, dia belum sepenuhnya memahami atau menyukai filsafat. Namun, ketika melanjutkan studi S2 di jurusan Agama dan Filsafat, dan kemudian S3 di jurusan Studi Islam, minatnya mulai berkembang dan ia mulai menyukai filsafat. Lebih lanjut, Fahruddin Faiz melihat bahwa kajian Ngaji Filsafat yang terbentuklah yang paling membentuk dan memperdalam wawasannya. Saat ini, meskipun tidak lagi muda, Fahruddin Faiz memiliki harapan agar Indonesia menjadi bangsa yang besar di masa depan. Menurutnya, Indonesia memiliki potensi yang luar biasa, namun banyak dari potensi tersebut tidak dimanfaatkan atau dimaksimalkan karena masyarakat lebih fokus pada hal-hal yang tidak esensial. Oleh karena itu, dia berharap bahwa dalam 20-30 tahun ke depan, Indonesia dapat membuktikan bahwa ia adalah bangsa yang besar yang memiliki pemahaman yang jelas tentang prioritas hidup, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh hal-hal yang tidak esensial.

3.3. Faktor Kepopuleran Dr. H Fahrudin Faiz di Kalangan GEN-Z

Bagi umat muslim, masjid merupakan tempat ibadah sekaligus untuk menuntut ilmu. Banyak kajian-kajian yang diadakan di masjid. Namun, dewasa ini yang mau mengikuti pengajian umumnya adalah Bapak-Bapak atau Ibu-Ibu yang sudah paruh baya, bisa dikatakan kebanyakan peminatnya adalah kalangan yang sudah ingat dengan akhirat karena sudah merasa dekat. Jarang ada anak muda yang tertarik mengikuti kajian dan memperdalam ilmu agama di Mesjid dikarenakan banyak faktor, diantaranya ceramah yang disampaikan bersifat monoton. Terlebih zaman sudah canggih yang mana bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan mereka hanya dengan mengetik di kolom pencarian google saja. Anak muda sekarang cenderung menyukai hal yang instan dan menyenangkan tubuh (tidak mau ribet) (Panjaitan, 2019). Hal ini membuat kekhawatiran beberapa penceramah terhadap anak muda yang notabene nya adalah penerus umat Islam di masa depan.

Namun hal ini berbeda dengan Kajian yang di isi oleh Bapak Dr. H Fahrudin Faiz, S. Ag., M. Ag., yang mana peminatnya kebanyakan dari kalangan anak muda yang biasa di sebut dengan generasi Z. Setiap kajian yang di isi oleh beliau, selalu dipenuhi oleh anak muda yang selalu antusias akan materi yang akan beliau sampaikan (Azmi et al., 2023).

Setelah melakukan observasi dan wawancara, penulis menemukan beberapa faktor dan strategi dakwah Dr. H. Fahrudin Faiz S. Ag, M. Ag, diantaranya:

a) Lokasi dan waktu Pengajian

Dr. H. Fahrudin Faiz S. Ag, M. Ag memiliki jadwal kajian rutin di Mesjid Jenderal Sudirman Yoyakarta di setiap hari Rabu malam Kamis setiap minggunya. Namun selain itu, beliau juga mengisi pengajian di seminar atau di cafe-café. Salah satunya adalah di Café Basa Basi. Pada Hari Kamis 9 November 2023, penulis mengikuti sebuah kajian yang di adakan di sebuah cafe Basa Basi cabang UAD pada Hari Kamis 9 November 2023. Judul yang diangkat adalah 'Hidup Nyaman Ala Filsuf' dengan Pemateri Bapak Dr. H. Fahrudin Faiz S. Ag, M. Ag.. Kajian ini diadakan pada pukul 20.00 WIB, yakni pada waktu malam. Penulis menemukan bahwa kajian ini ramai didatangi oleh anak-anak muda penggemar kajian rutin beliau, tebukti dengan penuhnya seluruh tempat duduk café hingga ada beberapa yang duduk di lesehan demi mendengar kajian beliau.

Dari pemilihan waktu dan lokasi, penulis menyimpulkan bahwa malam hari merupakan waktu luang bagi kebanyakan orang terutama di usia produktif. Hal ini membuat orang-orang yang memilik minat untuk mengikuti kajian juga mempunyai waktu luang untuk mengikutinya. Selain itu, anak-anak muda cenderung suka berkumpul di café, karena lebih santai dan tidak butuh aturan dresscode apapun.

b) Pelayanan dan Fasilitas

Kualitas pelayanan merupakan strategi yang cukup mumpuni untuk membuat pengunjung

datang lebih nyaman dan tertarik untuk mengikuti atau mengunjungi suatu tempat. (Qisom & Iman, 2021). Dan hal itulah yang dilakukan oleh Café Basa Basi. Sebelum dimulai kajiannya, layaknya sebuah cafe, suasana diramaikan oleh penampilan Live Music yang membuat para pengunjung cafe sekaligus penonton kajian nyaman dengan suasana tersebut.

Ketika pukul menunjukkan jam 08.30 WIB, sudah tampak banyak pengunjung cafe di tempat. Ada yang sengaja mendengarkan kajian beliau, ada juga yang datang hanya untuk menikmati hidangan cafe seperti hari-hari biasa, hal ini terlihat pada saat beberapa orang meninggalkan tempat ketika makanan mereka selesai mereka santap.

Selain itu, setiap pengunjung rata-rata memesan makanan dan minuman. Sepanjang kajian, penulis melihat para penonton banyak yang memesan hidangan dari cafe. Ada yang memesan kopi, memesan minuman manis, makanan berat, makanan ringan, dan lain sebagainya. Jadi selain untuk menyampaikan ilmu, kegiatan ini juga meningkatkan ekonomi penyelenggara acara tersebut, yakninya Cafe Basa Basi. Selain memang jam makan malam, santapan tersebut bisa dinikmati untuk menemani kajian yang didengarkan. Meskipun pengunjung café malam itu ramai, namun para karyawan tetap mampu memenuhi permintaan pengunjung. (Syaiful (Narasumber), 2023).

c) Penggunaan bahasa yang sederhana dan diskusi dua arah

Pembawaan kajian yang disampaikan oleh Bapak Fahrudin Faiz memang mudah untuk dicerna akal, terutama oleh anak muda sekarang. Beliau menggunakan kosakata yang mudah di mengerti dan perumpamaan-perumpamaan yang beliau gunakan juga ada di sekitar kita, yang mana umumnya relate dengan kehidupan anak muda zaman sekarang. Bapah Fahrudin Faiz juga tidak jarang menggunakan bahasa retorik untuk membuat kajian yang di sampaikan tampak berkualitas dan berkelas, hal ini tentu akan memberikan daya Tarik tersendiri bagi anak muda. (Aisha, 2023).

Selain itu, Bapak Fahrudin membuka sesi diskusi dua arah yang tentu tidak akan di sia-siakan oleh para penonton. Dikusi dua arah ini terbukti mampu menghapus penghalang antara penonton maupun penceramah baik itu secara psikologi maupun secara sosial. (Juwita et al., 2023). Banyak petanyaan yang dilontarkan sepanjang sesi diskusi, ada yang petanyaan berat, bahkan ada yang hanya sedekar curhat. Sesi ini membuat suasana semakin cair dan terkadang membuat gelak tawa dari penonton yang lain bisa ada yang melontarkan lelucon. Hal ini memberikan kesan bahwa Kajian Bapak Fahrudin bukanlah kajian yang formal dan kaku. Factor inilah yang membuat generasi Z semakin tertarik untuk mengikuti setiap jadwal kajian beliau. (Rabbani (Narasumber), 2023).

d) Sasaran Penonton dari Seluruh Kalangan

Penulis melihat bahwa penonton yang datang umumnya dari kalangan mahasiswa sekitaran Yogyakarta, meskipun ada beberapa dari luar daerah, terbukti ketika ada sesi tanya jawab mereka memperkenalkan diri berasal dari Daerah lain.

Berbeda dengan Kajian di Masjid yang hampir seratus persen muslim dan menggunakan pakaian menutup aurat. (Kristianto, 2023). Kajian ini tidak memberikan batasan pada dresscode penonton, penulis menyaksikan penonton menggunakan pakaian casual mereka sesuai dengan gaya masing-masing. Ada yang berhijab, ada yang tidak, ada yang berkemeja, ada yang berkaos, dan lain sebagainya. Hal ini membuat penonton tidak merasa terbebani dan benar-benar merasakan suasana cafe layaknya hari-hari biasa.

Factor-faktor diatas setidaknya menunjukkan bahwa strategi dakwah Bapak Dr. H Fahrudin Faiz, S. Ag., M. Ag berhasil menggapai penonton dari Generasi Z. Selain ponton yang offline, kajian Bapak fahrudin juga memilik peminat online di media sosial. Terlihat kajian tersebut direkam dan disiarkan melalui platform sosial media yang dilakukan oleh staf cafe Basa Basi. Pengajian ini bukan yang pertama kalinya, tetapi sudah ada beberapa kali diselenggarakan dan tetap disiarkan di channel youtube “Basa Basi TV”. Ada juga di sosial media lainnya seperti Tik Tok, sehingga hal ini menjangkau perhatian anak muda lebih luas agar tertarik untuk mengikuti pengajian yang mendatang.

4. Penutup

Tidak seperti biasanya, yang mengikuti kajian dan ceramah adalah orang-orang paruh baya saja. Akan tetapi kajian Bapak Fahrudin Faiz tebukti mampu menggapi kalangan anak muda dengan berbagai latar belakang. Sebuah kajian yang di

adakan di sebuah Cafe Basa Basi cabang UAD pada hari penulis 9 november 2023 dengan pemateri bapak dr. H. Fahrudin faiz S. Ag, M. Ag., yang berjudul “'hidup nyaman ala filsuf” menjadi bukti nyata, yang mana kajian tersebut banyak diminati sama anak muda khususnya generasi kalangan gen z dikarenakan beberapa hal, pemilihan lokasi dan waktu, pelayanan dan fasilitas, penggunan bahasa yang sederhana dan diskusi dua arah, serta sasaran penonton dari seluruh kalangan. Factor-faktor tersebut adalah penyebab mengapa Bapak Fahrudin diminati oleh Generasi Z dan penulis menyimpulkan strategi yang digunakan oleh Bapak Fahrudin sebagai pendakwah berhasil.

Referensi

Abbas, A. F. (2010). *Metode Penelitian, cet. I*. Jakarta: Adelina Bersaudara.

Abbas, A. F., & Afifi, A. A. (2021). Pengembangan Kurikulum Moderasi Islam (Wasathiyyah) dan Karakter Muslim Moderat yang Bertakwa di dalam Lingkungan Muhammadiyah. *AL-IMAM: Journal on Islamic Studies, Civilization and Learning Societies*, *2*, 7–17.

Afif, N. (2020). *Hadits Dakwah Nurlaila [Preprint]*. https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/z6nva

Afifi, A. A., & Abbas, A. F. (2023). Worldview Islam dalam Aktualisasi Moderasi Beragama yang Berkemajuan di Era Disrupsi Digital. *AL-IMAM: Journal on Islamic Studies, Civilization and Learning Societies*, *4*, 23–34.

Azmi, A. F., Asbari, M., & Santoso, G. (2023). Kenali Diri Agar Bahagia: Kajian Filosofis Fahruddin Faiz. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, *2*, 1. Retrieved from https://doi.org/10.9000/jupetra.v2i1.9

Darmadi, D. (2022). Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, *10*. Retrieved from https://doi.org/10.26418/ejme.v10i02.55150

Efendi, E., Suseno, H., & Harahap, N. H. (2023). Dakwah Kontemporer: Pengertian, Sejarah, Metode dan Media untuk Pengembangan Dakwah Kontemporer. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, *3*(4), 1179–1187. Retrieved from https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i4.3241

Faisal, I., & Rifai, A. (2020). Muhammadiyah Da'wah Communication on Instagram in Preventing the Spread of COVID-19. *MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, *36*, 2. Retrieved from https://doi.org/10.29313/mimbar.v36i2.5918

Faujiah, S., Syaifudin, M., & Andriani, T. (2023). Implementasi Manajemen Strategi dalam Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *4*(3), 641–650. Retrieved from https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i3.1400

Fitri, D. R., Afifi, A. A., & Abbas, A. F. (2022). *Pemikiran Neo-modernisme dalam Hubungan Agama dan Negara di Indonesia : Studi Komparatif Pemikiran Nurcholish Madjid Dan Abdurrahman Wahid*. *3*, 1–9.

Hermansyah. (2022). *STRATEGI DAKWAH K.H. AHMAD DAHLAN. Perspektif, 1(4), 345--366*. Retrieved from https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i4.179

Kurniawan, D., & Afifi, A. A. (2023). Penguatan Moderasi Beragama Sebagai Solusi Menyikapi Politik Identitas. *AL-IMAM: Journal on Islamic Studies, Civilization and Learning Societies*, *4*, 13–21.

Malik, D. D. (2022). Ethics of Political Communication in Welcoming the Implementation of the 2024 General Election. *Ijd-Demos*, *4*, 2. Retrieved from https://doi.org/10.37950/ijd.v4i2.263

Nabila, W. M., Fadhilatunnisa, S., Alamsyah, M. I., & Suryandari, M. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda). *Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, *1*(1).

Oktavia, Y., Afifi, A. A., Eliza, M., & Abbas, A. F. (2023). Pengembangan TDR-IM Sistem Informasi Manajemen Keuangan Siswa di Pondok Pesantren: Integrasi, Simplifikasi dan Digitalisasi. *Journal of Regional …*, *1*, 1–15.

Panjaitan, S. C. (2019). *Pesan Pengkhotbah tentang jiwa Kepemimpinan bagi Kaum Muda [Preprint]*. Retrieved from https://doi.org/10.31219/osf.io/r43pb

Purwanto, S., Kasprabowo, T., & Soepriatmadji, L. (2021). SERAT SITI JENAR: RETORIKA DR. FAHRUDIN FAIZ DALAM NGAJI FILSAFAT. *Mumtaz: Jurnal Studi Al-Quran Dan Keislaman*, *5*. Retrieved from https://doi.org/10.36671/mumtaz.v5i01.145

Rahmawati, A., Astuti, D. M., Harun, F. H., & Rofiq, M. K. (2023). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGUATAN MODERASI BERAGAMA DI KALANGAN GEN-Z. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(5), 905–920. Retrieved from https://doi.org/10.53625/jabdi.v3i5.6495

Ramadani, R. (2020). *Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z [Preprint]*. Retrieved

from https://doi.org/10.31219/osf.io/ewu52
Renreh, F., & Asmahasanah, S. (2020). Strategi Pendidikan Atau Program Pengajaran Dan Pembelajaran Selama COVID 19 Di Berbagai Sekolah di Thailand. *Jurnal Pendidikan Guru*, *1*(4).
Shihab, M. Q. (2010). *Tafsir Al-Mishbah Jilid 1*. Tangerang: Lentera Hati.
Sitompul, J., Suryadi, F. R., Putri, S. V., & Gusmaneli, G. (2023). Peran Moderasi Guru Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Karakter dan Moral Peserta Didik. *AL-IMAM: Journal on Islamic Studies, Civilisation and Learning Societies*, *4*, 67–78.
Umyati, S. (2023). Pesan Dakwah Dr. Fahrudin Faiz “Nizami Ganjavi-Layla Majnun” di YouTube MJS Channel. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam (JRKPI)*, *3*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.29313/jrkpi.v3i2.3008
Yufriadi, F., Syahriani, F., & Afifi, A. A. (2023). Nurcholish Madjid ’ s Neo-Modernism in Substantive Islamic Movements in Indonesia. *Perwakilan: Journal of Good Governance, Diplomacy, Perlembagaan Adat and Social Networks*, *1*, 53–62.